

**ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN LELE DUMBO
(*Clarias gariepinus*) DI KABUPATEN BOYOLALI**

SKRIPSI



Oleh :

Muhammad Adijaya Fadli

H0813116

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SEBELAS MARET**

2017

**ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN LELE DUMBO
(*Clarias gariepinus*) DI KABUPATEN BOYOLALI**

**Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Guna memperoleh derajat gelar sarjana pertanian
Pada Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret**



Oleh :

Muhammad Adijaya Fadli

H0813116

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SEBELAS MARET**

2017

HALAMAN PENGESAHAN
ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN LELE DUMBO
(*Clarias gariepinus*) DI KABUPATEN BOYOLALI

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:
Muhammad Adijaya Fadli
H0813116

Telah dipertahankan di depan Dosen Penguji
Pada tanggal : 20 September 2017
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

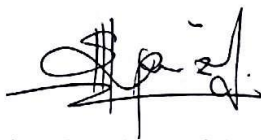
Susunan Tim Penguji

Ketua



Wiwit Rahayu S.P., M.P.
NIP. 197111091997032004

Anggota I



Dr. Agr. Sc. Ernoiz. A, S.P., M.P., M.Ec.
NIP. 198010242009122003

Anggota II



Setyowati, S.P., M.P.
NIP. 197103221996012001

Surakarta,

Mengetahui

Dekan Fakultas Pertanian
Universitas Sebelas Maret



Prof. Dr. Ir. Bambang Pujiasmanto, MS.
NIP. 195602251986011001

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah Robbil 'Alamin, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah member hidayah, inayah, rahmat, dan anugerah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penelitian serta penulisan skripsi yang berjudul **“ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN LELE DUMBO (*Clarias gariepinus*) DI KABUPATEN BOYOLALI”** Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pertanian (SP) pada Program Studi Agribisnis Universitas Sebelas Maret (UNS) Surakarta.

Terselesaikannya penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Atas segala bantuan, bimbingan, dan doa, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan penghargaan setinggi-tingginya kepada :

1. Dekan Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta, selaku pimpinan Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Ibu Nuning Setyowati, SP., M.Sc. selaku Kepala Program Studi Agribisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta.
3. Ibu Dr. Ir. Sri Marwanti, MS. Selaku Ketua Komisi Sarjana Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian, Universitas Sebelas Maret Surakarta.
4. Ibu Wiwit Rahayu, SP., MP. Selaku pembimbing utama yang telah membimbing, mengarahkan, dan memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Dr. Agr. Sc. Ernoiz Antriandarti, S.P, M.P., M.Ec. Selaku pembimbing pendamping yang telah membimbing, mengarahkan, dan memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu Setyowati, S.P., M.P. Selaku penguji yang telah mengarahkan, dan memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Staf Pengelola Program Studi Agribisnis, Universitas Sebelas Maret Surakarta.
8. Keluarga tercinta, Ir. Mochammad Faisal (ayah), Umi Noor Jannah, S.Pd., S.H., M.Kn. (ibu), Muhammad Arlo Fahrezi (adik), Muhammad Al Vito (adik),

Muhammad Pandu Winata (adik) dan saudara-saudara yang bersedia memberikan segala waktunya serta selalu memberikan do'a, semangat dan motivasi bagi penulis dalam penyelesaian studi.

9. Para narasumber dalam penelitian skripsi yaitu petani ikan lele dumbo di Kecamatan Sawit, Kabupaten Boyolali, pedagang pengecer, pedagang pengumpul, pedagang besar, dan juga konsumen atas waktu dan kerjasamanya dalam pengumpulan data.
10. Kunsani Mulya Purwandani, atas semua waktu, pengetahuan, perhatian, kebersamaan dan semangat yang diberikan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Sahabat-sahabatku Abdulkadir Sami, Aswin Barinto, M Bayangraga I, M Saiful Islam M, M Zulfitriah N, M Alfa Rizky M, Irfan Desto P, dan Noel T Siahaan atas segala totalitas bantuan tenaga, pengetahuan dan kebersamaan yang selama ini diberikan.
12. Teman-teman mahasiswa S1 Program Studi Agribisnis yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu yang telah bersama-sama belajar dan berjuang dalam studi.
13. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Semoga bantuan yang telah diberikan akan dibalas pahala yang berlipat ganda dari Allah SWT.

Penulis menyadari dengan penuh kerendahan hati bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Segala kesalahan dan kekeliruan yang ada adalah di luar kemampuan dan pengetahuan penulis. Oleh Karena itu saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan guna penyempurnaan skripsi ini sehingga dapat bermanfaat bagi banyak orang dan pengembangan ilmu pengetahuan.

Wa'alaikumssalam Wr. Wb

Surakarta, 20 September 2017

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
RINGKASAN.....	xi
SUMMARY	xiii
I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Kegunaan Penelitian	5
II. TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Penelitian Terdahulu	7
B. Tinjauan Pustaka	9
C. Kerangka Berpikir Pendekatan Masalah	20
D. Pembatasan Masalah	21
E. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	21
III. METODE PENELITIAN	25
A. Metode Dasar Penelitian.....	25
B. Lokasi Penelitian	25
C. Metode Penentuan Sample.....	26
D. Jenis dan Sumber Data	27
E. Teknik Pengumpulan Data.....	28
F. Metode Analisis Data.....	28
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	32
A. Keadaan Umum.....	32
1. Keadaan Geografis	32
2. Pembagian Wilayah Administrasi	32
3. Keadaan Penuduk	33
4. Perikanan.....	36
B. Hasil Penelitian	37
1. Identitas Petani Responden	37
2. Identitas Responden Lembaga Pemasaran.....	40
3. Tugas dan Fungsi Lembaga Pemasaran.....	43
4. Saluran Pemasaran.....	47
5. Biaya, Marjin dan Keuntungan Pemasaran.....	50

C. Pembahasan.....	58
1. Saluran dan Lembaga Pemasaran Ikan Lele Dumbo.....	58
2. Tugas dan fungsi lembaga pemasaran	59
3. Biaya, Keuntungan dan Marjin Pemasaran.....	60
4. Efisiensi Pemasaran Ikan Lele Dumbo	63
V. KESIMPULAN DAN SARAN	64
A. Kesimpulan	64
B. Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN	69

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Produksi Ikan Menurut Jenis dan Asalnya di Kabupaten Boyolali Tahun 2015 (Ton).....	3
Tabel 2. Produksi Ikan Lele Menurut Kecamatan di Kabupaten Boyolali Tahun 2015	3
Tabel 3. Jumlah Sampel Petani Lele di Kecamatan Sawit Kabupaten Boyolali	26
Tabel 4. Jumlah Desa, Dusun, RT, RW di Kecamatan Sawit Tahun 2015.....	33
Tabel 5. Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin Kecamatan Sawit Tahun 2015	34
Tabel 6. Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur Kecamatan Sawit Tahun 2015	35
Tabel 7. Pertumbuhan Penduduk Kecamatan Sawit Tahun 2015	36
Tabel 8. Jumlah dan Persentase Petani Berdasarkan Kelompok Umur di Kabupaten Boyolali	37
Tabel 9. Jumlah dan Persentase Petani Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga di Kabupaten Boyolali	38
Tabel 10. Jumlah dan Persentase Petani Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Kabupaten Boyolali.	39
Tabel 11. Jumlah dan Persentase Petani Berdasarkan Pengalaman Berusaha Ikan Lele Dumbo di Kabupaten Boyolali	39
Tabel 12. Jumlah dan Persentase Petani Responden Berdasarkan Luas Kolam di Kabupaten Boyolali	40
Tabel 13. Jumlah dan Persentase Responden Lembaga Pemasaran Berdasarkan Kelompok Umur di Kabupaten Boyolali.	41
Tabel 14. Jumlah dan Persentase Responden Lembaga Pemasaran Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Kabupaten Boyolali.	42
Tabel 15. Jumlah dan Persentase Responden Lembaga Pemasaran Berdasarkan Lama Berusaha di Kabupaten Boyolali.....	43
Tabel 16. Tugas dan Fungsi Lembaga Pemasaran Ikan Lele Dumbo di Desa Tegalrejo, Kecamatan Sawit, Kabupaten Boyolali	44
Tabel 17. Jumlah Petani Pada Tiap-tiap Saluran Pemasaran di Desa Tegalrejo, Kecamatan Sawit, Kabupaten Boyolali	49
Tabel 18. Rata-rata Biaya, Keuntungan dan Margin Pemasaran Ikan Lele Dumbo di Kabupaten Boyolali Pada Pola Saluran Pemasaran I.....	51
Tabel 19. Rata-rata Biaya, Keuntungan dan Margin Pemasaran Ikan Lele Dumbo di Kabupaten Boyolali Pada Pola Saluran Pemasaran III	53
Tabel 20. Margin pemasaran dan <i>farmer's share</i> pemasaran ikan lele dumbo di Kabupaten Boyolali	56

Tabel 21. Margin Pemasaran dan <i>farmer's share</i> Pemasaran Ikan Lele Dumbo di Kabupaten Boyolali	63
---	----

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Ikan Lele Dumbo	10
Gambar 2. Skema Kerangka Pemikiran Penelitian.....	22
Gambar 3. Bagan Saluran Pemasaran Ikan Lele Dumbo di Kabupaten Boyolali ...	48

RINGKASAN

Muhammad Adijaya Fadli. H0813116. 2017. "**Analisis Efisiensi Pemasaran Lele Dumbo (*Clarias gariepinus*) di Kabupaten Boyolali**". Dibimbing oleh Wiwit Rahayu, SP. MP. dan Dr. Agr. Sc. Ernoiz Antriyandarti, S.P, M.P, M.Ec. Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret.

Sumber daya perikanan yang dimiliki oleh Indonesia beragam dan berpotensi, diantaranya perikanan hasil tangkap dan perikanan budidaya yang mengarah untuk kemajuan perekonomian Indonesia. Salah satu jenis perikanan darat yang menjadi komoditas unggulan dan banyak dibudidayakan adalah ikan lele. Ikan lele merupakan komoditas yang dibudidayakan pada air tawar. Ikan lele dumbo merupakan jenis ikan lele yang memiliki kecepatan tumbuh relatif cepat dibandingkan dengan lele lokal, sehingga waktu yang dibutuhkan untuk produksi lebih cepat. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui pola saluran pemasaran ikan lele dumbo di Kabupaten Boyolali, mengetahui bagaimana tugas dan fungsi lembaga-lembaga pemasaran ikan lele dumbo di Kabupaten Boyolali, menganalisis besarnya biaya, keuntungan dan margin pemasaran ikan lele dumbo di Kabupaten Boyolali, dan mengetahui apakah pemasaran ikan lele dumbo di Kabupaten Boyolali sudah efisien.

Metode dasar penelitian adalah deskriptif. Lokasi yang dijadikan tempat penelitian yaitu Kecamatan Sawit, Kabupaten Boyolali. Lokasi ini dipilih karena Kecamatan Sawit merupakan kecamatan yang memiliki produksi ikan lele paling besar di Kabupaten Boyolali (Dinas Peternakan dan Perikanan Kabupaten Boyolali 2016). Metode penentuan responden dilakukan dengan metode proporsional. Jumlah responden yang ditetapkan adalah 50 orang yang terdiri dari petani, pedagang dan konsumen. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari wawancara dengan petani, pedagang dan konsumen. Sedangkan data sekunder diperoleh dari Badan Pusat Statistik Kabupaten Boyolali dan Sub Dinas Perikanan Kabupaten Boyolali dan Kantor Kecamatan Sawit. Analisis data yang digunakan yaitu analisis pola saluran pemasaran, analisis fungsi pemasaran, analisis biaya, keuntungan, dan margin pemasaran, dan analisis efisiensi ekonomi pemasaran.

Terdapat tiga saluran pemasaran yang digunakan petani Ikan Lele Dumbo di Kabupaten Boyolali yaitu saluran I, II, dan III. Saluran I yaitu Petani → Pedagang Pengumpul → Pedagang Pengecer → Konsumen. Saluran II yaitu Petani → Pedagang Pengecer → Konsumen. Saluran III yaitu Petani → Pedagang Besar Luar Kabupaten Boyolali → Pedagang Pengecer Luar Kabupaten Boyolali → Konsumen Luar Kabupaten. Dalam pola saluran terdapat petani, pedagang dan konsumen yang memiliki tugas dan fungsi yang berbeda. Tugas dan fungsi dari produsen/petani yaitu melakukan fungsi penjualan dan melakukan grading pada ikan lele dumbo. Sedangkan tugas dan fungsi pedagang pengumpul, pedagang pengecer dan pedagang luar kabupaten yaitu melakukan fungsi pembelian dan penjualan, melakukan fungsi pengangkutan dan penyimpanan sementara, melakukan fungsi pelancar yang meliputi penanggungan resiko rusak, dan menyampaikan informasi kepada pihak yang membutuhkan (konsumen).

Setiap saluran memiliki biaya, keuntungan dan margin pemasaran yang berbeda. Pada saluran I total biaya pemasaran adalah Rp 1.028 per kg, total

keuntungan pemasaran Rp 1.955 per kg, dan margin pemasaran Rp 2.900 per kg. Untuk saluran pemasaran II total biaya pemasaran Rp 1.420 per kg, total keuntungan pemasaran Rp 3.141 per kg, dan margin pemasaran Rp 4.200 per kg. Untuk saluran pemasaran III total biaya pemasaran Rp 1.860 per kg, total keuntungan pemasaran Rp 3.928 per kg dan margin pemasaran Rp 5.500 per kg. Dilihat dari efisiensi pemasaran secara ekonomi dari ke tiga saluran pemasaran yang ada di Kabupaten Boyolali, saluran pemasaran I adalah saluran pemasaran ikan lele dumbo yang paling efisien karena memiliki margin pemasaran yang paling kecil dan mempunyai nilai *farmer's share* tertinggi yaitu 85,13%. Pada saluran pemasaran II nilai *farmer's share* sebesar 79,52 %, dan pada saluran pemasaran III nilai *farmer's share* sebesar 74,42 %.

Saran yang diberikan dari penelitian ini adalah sebaiknya pedagang ikan lele dumbo pada saluran pemasaran II dan III dapat menekan biaya pemasaran, sehingga nilai margin pemasaran pada saluran pemasaran II dan III akan menjadi lebih rendah dan nilai farmer share dapat meningkat.

SUMMARY

Muhammad Adijaya Fadli. H0813116. 2017. **"Analysis of *Clarias Gariepinus* (*Clarias gariepinus*) marketing efficiency in Boyolali Regency"**. Supervised by Wiwit Rahayu SP., MP., and Dr. Agr. Sc. Ernoiz Antriandarti, S.P, M.P, M.Ec Faculty of Agriculture Universitas Sebelas Maret

Fisheries resources owned by Indonesia's diverse and potentially, among these results capture fisheries and aquaculture which leads to the progress of the Indonesia economy. One of the inland fisheries became the leading commodity and many cultivated is the catfish. Catfish is a commodity that is cultivated on freshwater. The fish *Clarias gariepinus* is a type of catfish have grown relatively fast speed compared with local catfish, devote the time required to production more quickly. The purpose of this research is to know the pattern of marketing channel fish *Clarias gariepinus* in Boyolali Regency, find out how the duties and functions of the institutions marketing fish *Clarias gariepinus* in Boyolali Regency, analyze the magnitude of the costs, profits and margins of marketing fish *Clarias gariepinus* in Boyolali Regency, and find out if the fish *Clarias gariepinus* in Boyolali Regency is already marketing efficiently.

The basic method used in this research is descriptive method. The research was conducted in Sawit District, Boyolali Regency. This location was chosen because Sawit district has the largest number of catfish production in Boyolali Regency (Department of animal husbandry and fishery Boyolali Regency, 2016). Respondents were determined using proportional method. Number of respondents selected was 50 people consisting of farmers, traders and consumers. The data used were primary and secondary data. Primary data was obtained by conducting interview with farmers, traders and consumers. Meanwhile secondary data was obtained from Boyolali Regency Central Bureau of Statistic and Boyolali Sub department of Fishery and Sawit District Office. The analysis of data used are marketing channel pattern analysis, marketing function analysis, marketing cost, profit and margin analysis and marketing economic efficiency analysis.

There are 3 marketing channels used by Catfish (*Clarias gariepinus*) farmers in Boyolali Regency which are Channel I, II, and III. Channel I is Farmer → Collector trader → Retailer → Consumer. Channel II is Farmer → Retailer → Consumer. Channel III is Farmer → Large Trader outside Boyolali → Retailer Outside Boyolali → Consumer Outside Boyolali. There are farmers, traders and consumers in the marketing channel and they have different tasks and duties respectively. Farmer's duty is to do sales and grading of catfish (*Clarias gariepinus*). While the duty of collector trader, retailer and trader outside the regency is to do purchases and sales, transportation and temporary storage, facilitating duty which includes risk of bearing damage and giving information towards the party needing it.

has different cost, benefit and marketing margin. The total marketing cost of channel I is Rp 1,028 per kg, the total marketing advantage is Rp 1,955 per kg, and the marketing margin is Rp 2,900 per kg. The total marketing cost of channel II is Rp 1,420 per kg, the total marketing advantage is Rp 3,141 per kg, and the marketing margin is Rp 4,200 per kg. The total marketing cost of channel III is Rp 1,860 per kg, the total marketing advantage is Rp 3,928 per kg, and the marketing margin is Rp 5,500 per kg. Seen from the marketing efficiency in the economy of the three

existing marketing channels in Boyolali Regency, channel I is the most efficient channel because it has the smallest marketing margin and has a highest value of farmer's share (85.13%). The farmer's share value of channel II is 79.52%, and The farmer's share value of channel III is 74.42%.

The advice given from this research is recommend *clarias gariepinus* merchant on marketing channels II and III to press the marketing costs, so the value of the marketing margin on marketing channels II and III will be lower and the farmer share's value can be increased.